

3. Кальпус Б. Спорт и физическая культура // Красный спорт. 1924. № 1. С. 7.
4. Ленин В. И. С чего начать? Партийная организация и партийная литература. О характере наших газет. М., 1971.
5. Слюсаренко Е. А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики : дисс. ... канд. филол. наук / Слюсаренко Е. А. М., 2003.
6. Суник А. С. Очерки отечественной историографии истории физической культуры и спорта / А. С. Суник. М., 2010.

УДК 070.23 – 053.5 +37.04

Ботвинко З. Е.

Учреждение доп. образования «Дом детского творчества»

ДЕТСКИЙ ПРЕСС-ЦЕНТР КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ГРАЖДАНСКОГО СТАНОВЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Аннотация: Рассматривается методика создания пресс-центра на базе дома детского творчества. Обосновывается его значение как для социальной деятельности учащихся, так и его участников в плане их личностного развития и профессиональной ориентации. Детский пресс-центр на базе дома творчества представлен как площадка для юных журналистов, предоставляющая широкие возможности для самореализации и приобщения к новому типу мышления, общения, поведения и творчества.

Ключевые слова: задачи пресс-центра; детская газета; профессиональная ориентация; творческое журналистское портфолио; юные журналисты.

Botvinko Z. E.

CHILDREN'S PRESS CENTER AS A FORUM FOR CIVIC DEVELOPMENT OF STUDENTS

Abstract: The technique of establishing the press center at the Students Activity Center is shown. The article substantiates its importance for social activity of participants in terms of improving their personal development and helping with professional orientation. Children's press center inside of tudents Activity Center is presented as a platform for young journalists,

providing wide opportunities for personal fulfillment as well as sharing a new type of thinking, communication, behavior and creativity.

Keywords: *the tasks of the press center, children's newspaper, professional orientation, creative journalist portfolio, young journalists.*

Детская и юношеская журналистика занимает свое важное место в общей системе средств массовой информации. Цель такой деятельности – приобщить подрастающее поколение к интеллектуальному и духовному потенциалу общества, научить детей получать, обрабатывать и фильтровать информацию, создавать ее, а не тиражировать. Также, путем включения ребенка в информационный обмен, происходит передача информации от старшего поколения к младшему. Более того, это дополнительный канал общения для ребят между собой; площадка, на которой ребенок может опробовать и развивать свои коммуникативные навыки.

Детская журналистика отличается от взрослой тем, что учащиеся в данном случае создают контент для детской и юношеской аудитории. Поэтому средства выразительности, приемы отображения действительности, формы контакта с аудиторией юные корреспонденты выбирают сами, особые, понятные и интересные для их среды. Являясь важным элементом системы воспитания детей и подростков, она активно взаимодействует с другими СМИ, адресованными юной аудитории (теле- и радиожурналистикой), с различными социальными институтами, принимающими участие в педагогическом процессе (образованием, наукой, культурой). Особое место в этом взаимодействии занимают детские редакции и пресс-центры.

Пресс-центр – это место, где ребята обмениваются идеями, участвуют в процесс обсуждения, здесь создается творческая среда, происходит обучение в непринужденной обстановке. Формы и методы обучения применяются наиболее контактные, интегрированные: ролевые и деловые игры, круглые столы, мозговой штурм, дискуссия, взаимообучение. Все это позволяет сформировать в учащихся профессиональные качества настоящего журналиста: коммуникабельность, точность, ответственность за написанный материал, оперативность и креативность мышления; расширить кругозор, повысить социальную и гражданскую активность.

Чтобы определить уникальные таланты и интересы каждого ребенка, педагог в первую очередь знакомится с ребятами. Он предлагает им рассказать о себе, о том, что они считают важным, что им нравится или беспокоит их, написать первый пробный текст либо на заданную

тему для ребят постарше, либо с заданными «тегами» – набором из 10 слов, которые можно связать в единую смысловую конструкцию. На основе этого педагог может сделать выводы об уровне речевой подготовленности учащегося, его мотивах и цели прихода в пресс-центр.

В данном виде деятельности практически нет ограничений по здоровью. Инклюзивность образования и участия в работе пресс-центра может быть обеспечена путем дистанционного взаимодействия с теми учащимися, кто в силу ограничения возможностей не может посещать Дом детского творчества. В данном конкретном случае общение организуется через социальную сеть «ВКонтакте», сообщество «Жираф», где обсуждаются планы занятий, можно ознакомиться с учебным материалом, самообразовываться. Впоследствии работы этих ребят также публикуются в новостном сообществе в социальной сети, либо в районной газете. Важный социальный аспект такого подхода в том, что у ребят, находящихся на домашнем обучении, появляется возможность проявить и развить свои таланты, включиться в деловую и коммуникативную среду, найти себе занятие по душе и профессионально развиваться, даже приобрести источник своего первого дохода.

Важно отметить, что сотрудничество детского пресс-центра с официальными СМИ делает возможным включение продукта деятельности юных журналистов в реальную информационную систему, дает дополнительные возможности для распространения газеты. Юные корреспонденты поднимают различные темы, в том числе и социально острые, активно включаются в общественную жизнь поселка и района, проявляя свою гражданскую позицию, высказываются по любым, интересующих их, темам.

Так, в сотрудничестве с районной газетой «Эхо» у учащихся объединения «Юный журналист» Дома детского творчества поселка Промышленная появилась возможность проявить себя не только в роли корреспондентов, но и в роли дизайнеров, фотографов, редакторов, создать собственный стиль печатного СМИ.

Практика социального партнерства в данном случае оформлена в виде проекта «Газета в газете». Сейчас в районной газете «Эхо» раз в месяц выходит приложение – детско-юношеская газета «Жираф» – объемом в четыре полосы. У детской газеты собственный дизайн, отличающийся от дизайна «районки», свой логотип, выходные данные. Тираж газеты «Жираф» почти 7000 экземпляров, а продукт творчества юных корреспондентов доступен всем жителям Промышленновского района. Естественно, сотрудничество взаимовыгодное. Со своей

стороны юнкоры привлекают детскую и молодежную аудиторию читателей, освещают темы, интересные детям, волнующие их.

Такое сотрудничество позволяет учащимся объединения научиться практическим приемам верстки у практикующего дизайнера, работающего в районной газете, получить мастер-класс практикующего фотографа по искусству фотографии, воспользоваться информационными и интернет-ресурсами газеты для самообразования.

Помимо учащихся объединения «Юный журналист» Дома детского творчества, часто в газете «Жираф» публикуются так называемые разовые общественные корреспонденты: освещается жизнь школ сельских поселений, работа органов самоуправления, деятельность районного штаба актива «РИТМ». Любая интересная информация с любой территории района становится информационным поводом для публикации в «Жирафе».

Практика на уровне районной газеты помогает почувствовать каждому учащемуся себя успешным журналистом, научиться писать в различных жанрах. Впоследствии успешные учащиеся публикуют собственные материалы на всероссийских медиаплощадках, таких как «Медиаполигон 24», медиапроект «Прогрессоры», участвуют в областных и региональных форумах юных корреспондентов.

Стоит заметить, что дополнительное образование по журналистике для многих учащихся предпрофильное и дети приходят с определенной целью: подготовить творческое журналистское портфолио для поступления в вуз, окончательно определить для себя будущее направление профессиональной подготовки. Творческий конкурс – важный этап отбора при поступлении в вуз по направлению «журналистика». Возможность поучаствовать в издании собственной газеты – хорошая практика, а газета «Жираф» – площадка для публикаций и реализации детских задумок. Большинство учащихся по окончании обучения выходят с богатым портфолио, легко проходят этап собеседования и творческий экзамен, уже знают тонкости и «подводные камни» данной профессии, уверенно выбирают специализацию в рамках общего направления «журналистика».

Более того, учащемуся необязательно связывать жизнь с медиа. Специфика данного вида деятельности такова, что журналист в роли репортера может проникнуть в любую сферу – медицину, производство, культуру, управление – и увидеть суть их профессиональной деятельности изнутри, примерить на себя роль любого специалиста. Развитая общая коммуникативная культура позволяет юному корреспонденту легко находить общий язык как с детьми и сверстниками,

так и с взрослыми людьми; умение простроить диалоги и правильно задавать вопросы – получить нужную информацию.

Детская фантазия не имеет границ, и крайне важно, чтобы у каждого ребенка имелась возможность примерить на себя разные профессии, разные роли. Период проб в становлении и самоопределении ребенка – это, вероятно, основной определяющий момент в выборе будущего. Кроме того, пресс-центр – это площадка для развития литературных способностей личности, реализации творческого потенциала школьников. И даже если ребенок не выберет журналистику своей профессией, данный опыт даст ему преимущество в среде абитуриентов, расширит его знания в социальной сфере и поможет найти себе занятие по талантам и по душе.

УДК 070.1:124.5 + 004.032.6:008

Вольская Н. Н.
Московский государственный университет

ПРОБЛЕМА ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ В СМИ

Аннотация: Сегодня в сфере СМИ остро стоит очень важный вопрос не только для журналистики, но и для всего российского общества – вопрос ценностных ориентиров. Понятие духовности как «ценности высшего ранга, аккумулирующей в себе все “царство ценностей” Вселенной» становится одним из наиболее востребованных в новейшее время.

Ключевые слова: *ценность, ценностные ориентиры, духовность, медиасфера, СМИ.*

Volskaya N. N.

THE PROBLEM OF VALUES IN THE MEDIA

Abstract: Today a very important issue not only for journalism, but also for the entire Russian society – the issue of value orientations-is acute in the media sphere. The concept of spirituality as «the value of the highest rank, accumulating all the» Kingdom of values» of the Universe» is becoming one of the most popular in modern times.

Keywords: *value, value orientations, spirituality, media sphere, mass media.*